

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

Dalam bab ini dijelaskan mengenai hal-hal pokok yang mendasari permasalahan dalam penelitian dan urgensi dari topik penelitian yang dipilih. Bab ini terdiri dari subbab latar belakang penelitian, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian untuk akademis dan studi kasus terkait penelitian, batasan masalah, kerangka berpikir, serta sistematika penulisan Tugas Akhir.

#### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan pariwisata Indonesia dari tahun ke tahun tercatat terus tumbuh bahkan daya saing sektor pariwisata Indonesia terus mengalami peningkatan. Pesatnya perkembangan kondisi pariwisata nasional disinyalir sebagai dampak dari pertumbuhan ekonomi Indonesia yang cukup tinggi. Pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi yang disertai peningkatan daya beli masyarakat serta didukung dengan kondisi keamanan yang cukup kondusif, maka hal ini akan mendorong meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan, khususnya kunjungan penduduk Indonesia untuk melakukan perjalanan wisata di wilayah teritorial Indonesia atau yang biasa disebut kunjungan wisatawan nusantara (Badan Pusat Statistik dan Kementerian Pariwisata, 2016).

Dari beberapa jenis kegiatan usaha yang ada, bisnis pariwisata seperti jasa perjalanan wisata merupakan salah satu jenis kegiatan usaha yang dibutuhkan oleh wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata. Industri ini umumnya bergerak dalam usaha penyediaan jasa perencanaan perjalanan dan jasa pelayanan serta penyelenggaraan pariwisata. Sektor Pariwisata juga telah memberikan kontribusi dan peran strategis dalam pembangunan perekonomian nasional, pengembangan wilayah maupun peningkatan kesejahteraan masyarakat, melalui kontribusi dalam menyumbangkan devisa, kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), penciptaan lapangan kerja, disamping peran sosial, budaya dan lingkungan dalam kerangka pelestarian sumber daya alam dan budaya, maupun dalam meningkatkan rasa cinta tanah air dan perekat persatuan bangsa. Berdasarkan amanat Presiden Republik Indonesia, Pariwisata Indonesia diharapkan dapat terus diperkuat dan dikembangkan menjadi sektor strategis dan pilar pembangunan perekonomian

nasional serta akan dapat mencapai target kunjungan wisatawan mancanegara sebesar dua puluh juta dan pergerakan wisatawan nusantara sebesar dua ratus tujuh puluh lima juta perjalanan pada tahun 2019 (Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2015).

Jenis pariwisata yang kemudian mendapatkan perhatian dari pemerintahan untuk dikembangkan di Indonesia saat ini adalah wisata alam, wisata cagar alam, wisata yang memperhatikan konservasi alam yang kemudian dikenal dengan konsep ekowisata. Kebijakan pemerintah untuk mencanangkan ekowisata tersebut sekaligus sebagai tanggapan adanya kerusakan lingkungan dan sumber daya alam yang semakin meningkat sehingga merisaukan dunia internasional. Pengembangan ekowisata juga bertujuan untuk memenuhi tuntutan wisatawan yang pada umumnya berasal dari kota, menginginkan suasana baru di pedesaan atau di alam yang jauh dari kebisingan dan hiruk pikuk kota. Sementara bagi wisatawan mancanegara yang berasal dari daerah industri, berkeinginan melakukan perjalanan yang mempunyai makna tersendiri dengan melihat daerah atau wilayah yang suasananya berbeda dengan daerah asalnya (Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2015).

Seiring dengan meningkatnya kesadaran berbagai pihak terhadap lingkungan dan isu-isu tentang pembangunan yang berwawasan lingkungan tersebut menginspirasi PT Sebumi Berbagi untuk memberikan kontribusi terhadap pandangan pentingnya prinsip-prinsip wisata berkelanjutan. Sebagai salah satu bisnis pariwisata lokal, PT Sebumi Berbagi mengembangkan pariwisata dengan konsep Ekowisata. Dalam konteks ini wisata yang dilakukan memiliki bagian yang tidak terpisahkan dengan upaya-upaya konservasi, pemberdayaan ekonomi lokal dan mendorong inisiatif yang lebih tinggi terhadap perbedaan kultur atau budaya. Hal inilah yang mendasari perbedaan antara konsep ekowisata yang telah diterapkan oleh PT Sebumi Berbagi dengan model wisata konvensional yang telah ada sebelumnya. Secara sederhana, konsep perjalanan yang ditawarkan PT Sebumi Berbagi menghubungkan antara perjalanan wisata alam yang memiliki visi dan misi konservasi dan kecintaan lingkungan. Taman Nasional di Indonesia mendominasi sebagai destinasi yang paling sering dikunjungi. Hal ini dapat terjadi karena keuntungan finansial yang didapat dari biaya perjalanan wisata

digunakan juga untuk kebutuhan konservasi alam serta perbaikan kesejahteraan penduduk lokal.

**Tabel 1-1 Jumlah Pengunjung Taman Nasional Tahun 2013 s.d. 2015**  
(Sumber : Direktorat Jenderal Konservasi Sumber Daya dan Ekosistem)

Jenis Kunjungan	Asal	Tahun		
		2013 (Orang)	2014 (Orang)	2015 (Orang)
Penelitian dan Pengembangan	Dalam Negeri	2,298	3,852	1,289
	Luar Negeri	289	123	94
Rekreasi	Dalam Negeri	1,482,273	1,327,365	1,707,418
	Luar Negeri	169,753	149,461	215,596
Pendidikan/Ilmu Pengetahuan	Dalam Negeri	48,781	654,071	45,181
	Luar Negeri	33,667	101,374	255
Berkemah	Dalam Negeri	3,987	15,775	23,551
	Luar Negeri	13	9	32
Lain-Lain	Dalam Negeri	211,061	187,179	174,682
	Luar Negeri	13,093	862	382
Jumlah	Dalam Negeri	1,748,400	2,188,242	1,952,121
	Luar Negeri	216,815	251,829	216,359
	T o t a l	1,965,215	2,440,071	2,168,480

Berdasarkan Tabel 1-1 di atas, jumlah pengunjung Taman Nasional di Indonesia dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2015 dengan berbagai jenis kunjungan mengalami peningkatan dan penurunan jumlah pengunjung. Data ini disertakan sebagai bagian dari realita di lapangan mengenai antusias pengunjung untuk berwisata ke Taman Nasional di Indonesia.

Tren terbaru dalam isu-isu inovasi dalam dunia wisata saat ini adalah media *virtual reality* atau VR. VR adalah teknologi yang membuat pengguna dapat berinteraksi dengan suatu lingkungan yang disimulasikan oleh komputer. Lingkungan ini merupakan lingkungan sebenarnya yang ditiru atau benar-benar suatu lingkungan yang hanya ada dalam imajinasi. Lingkungan realitas semu terkini menyajikan pengalaman visual, yang ditampilkan pada sebuah layar komputer tapi beberapa simulasinya mengikutsertakan tambahan informasi penginderaan, seperti suara melalui pengeras suara (LaValle, 2016).

*Virtual reality* adalah salah satu teknologi yang sudah semakin berkembang dengan pesat dalam era digital. Secara sederhana *virtual reality* adalah pemunculan gambar-gambar tiga dimensi yang dibangkitkan komputer dan dapat dilihat dengan bantuan alat tertentu. Ciri terpentingnya adalah dengan menggunakan perangkat yang dirancang untuk tujuan tertentu. Karena dapat dijangkau dengan indera manusia, *virtual reality* mampu mendeskripsikan sebuah keadaan dimana visualisasi yang ditampilkan tidak hanya dilihat dari satu sudut pandang saja namun dapat dilihat dari segala sudut, karena memiliki tiga dimensi visual (Berta, Samopa, & Nisfu Asrul, 2013).

Konsep VR dalam dunia wisata akan diterapkan untuk memberikan pengalaman pengunjung *website* wisata dalam bentuk demo visual mengenai lingkungan maupun panorama alam pada destinasi tujuan nyata mungkin menggunakan media bantu kacamata VR. Model wisata menggunakan VR menekankan pendekatan promosi pariwisata dengan bentuk strategi yang menarik wisatawan dengan cara memberikan stimulan berupa penggalan-penggalan pengalaman visual dimana calon wisatawan seolah-olah nyata berada di lokasi destinasi wisata yang ditawarkan (Hermawan, 2016).

Berdasarkan latar belakang yang telah diutarakan tersebut, dalam penelitian ini penulis akan menerapkan teknik pengembangan promosi kunjungan ke Taman Nasional yang dilakukan oleh salah satu bisnis pariwisata lokal yaitu PT Sebumi Berbagi menggunakan teknologi *virtual reality* dengan judul “Pemanfaatan Teknologi *Virtual Reality* Sebagai Media Promosi Taman Nasional Indonesia (Studi Kasus: PT Sebumi Berbagi)”. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kunjungan ke Taman Nasional melalui PT Sebumi Berbagi.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis mengidentifikasi masalah yang akan dijadikan bahan penelitian, yaitu:

1. Kurangnya minat masyarakat untuk melakukan kunjungan ke Taman Nasional melalui PT Sebumi Berbagi sebagai penyelenggara trip. Hal ini didasari oleh media promosi yang digunakan PT Sebumi Berbagi dalam memasarkan Taman Nasional sebagai tujuan wisata menggunakan media konvensional seperti brosur, pamflet, dan media sosial yang kurang memberikan interaksi dua arah untuk masyarakat atau calon pelanggan.
2. Teknologi *virtual reality* sebagai media promosi yang baru diharapkan akan memberikan pengalaman baru untuk masyarakat atau calon pelanggan berupa simulasi visual Taman Nasional. Hal ini bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat atau calon pelanggan terhadap Taman Nasional dan membuat kunjungan ke Taman Nasional meningkat.

## 1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian dan identifikasi masalah yang terdapat pada subbab 1.1 dan 1.2, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana alur dan proses promosi yang telah dilakukan sebelumnya oleh PT Sebumi Berbagi menggunakan media konvensional atau media sosial?
2. Bagaimana penerapan dan proses penggunaan teknologi *virtual reality* sebagai media promosi usulan kunjungan ke Taman Nasional oleh PT Sebumi berbagi?

## 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan pada subbab 1.3, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kegiatan promosi yang telah dilakukan sebelumnya oleh PT Sebumi Berbagi terkait kunjungan pelanggannya ke Taman Nasional menggunakan media konvensional dan media sosial.



2. Untuk menerapkan dan membangun sebuah aplikasi dengan teknologi *virtual reality* yang berfungsi sebagai media promosi usulan kunjungan ke Taman Nasional oleh PT Sebumi Berbagi.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat untuk Akademis**

Dapat dijadikan sebagai referensi penelitian di perguruan tinggi yang serupa terkait dengan penggunaan teknologi *virtual reality* sebagai media promosi.

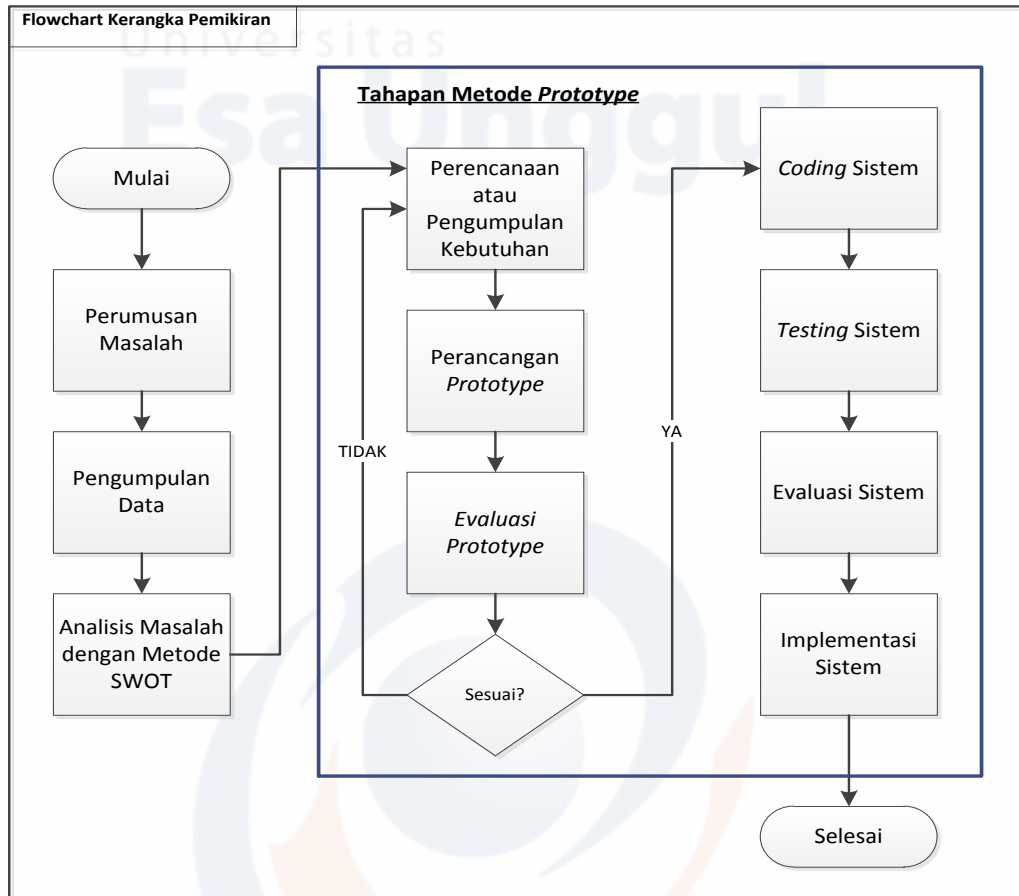
### **1.5.2 Manfaat untuk PT Sebumi Berbagi dan Taman Nasional**

Penelitian ini memberikan kontribusi praktis untuk keperluan manajerial terutama di bidang pemasaran. Penelitian ini akan memberikan pemahaman terkait penggunaan teknologi *virtual reality* sebagai media promosi penjualan wisata dan meningkatkan kunjungan ke Taman Nasional di Indonesia melalui PT Sebumi Berbagi.

## **1.6 Batasan Masalah**

Batasan masalah pada penelitian ini adalah hanya membahas promosi yang telah diterapkan di PT Sebumi Berbagi pada destinasi Taman Nasional di Indonesia, tidak meliputi proses penjualan trip. Taman Nasional Indonesia yang diambil untuk uji sampel adalah Taman Nasional Komodo, Flores, Nusa Tenggara Timur. Untuk bahasan lebih lanjut mengenai alur dan proses akan dijelaskan pada bab IV.

## 1.7 Kerangka Berpikir



**Gambar 1-1 Kerangka Pemikiran**

Berikut ini merupakan keterangan dari kerangka pemikiran yang digambarkan pada Gambar 1-1 di atas:

### a. Perumusan Masalah

Pada tahap ini, penulis menganalisis isu yang tengah berkembang dan menemukan pokok permasalahan untuk diangkat sebagai topik penelitian. Gambaran umum pokok permasalahan penelitian telah dijelaskan pada latar belakang penelitian. Analisis lebih lanjut didapatkan bahwa kurangnya minat masyarakat untuk melakukan kunjungan ke Taman Nasional melalui PT Sebumi Berbagi sebagai penyelenggara trip. Hal ini didasari oleh media promosi yang digunakan PT Sebumi Berbagi dalam memasarkan Taman Nasional sebagai tujuan wisata kurang menarik karena menggunakan media konvensional seperti brosur, pamflet, dan media sosial yang kurang atraktif dan tidak memberikan interaksi dua arah untuk masyarakat atau calon pelanggan.

Dengan latar belakang yang mendasari penelitian ini pula, penulis mengangkat topik tentang teknologi *virtual reality* sebagai media promosi yang baru. Hal ini diharapkan akan memberikan pengalaman baru untuk masyarakat atau calon pelanggan berupa simulasi visual Taman Nasional sehingga dapat menarik perhatian masyarakat atau calon pelanggan terhadap Taman Nasional dan membuat kunjungan ke Taman Nasional meningkat.

#### **b. Pengumpulan Data**

Setelah rumusan masalah dibuat, untuk menghasilkan sistem berbasis teknologi VR sebagai media promosi, langkah awal yang dilakukan penulis adalah pengumpulan data melalui studi pustaka teori-teori terkait penelitian antara lain teori mengenai media promosi yang telah ada dan digunakan, kemudian teori mengenai media promosi dengan teknologi *virtual reality* sebagai media promosi usulan, lalu teori tentang promosi, Taman Nasional, teori mengenai metode analisis dan perancangan sistem yang akan digunakan serta alasan terkait dipilihnya metode tersebut, serta teori bahasa pemrograman yang akan digunakan dalam merancang sistem. Hasil dari studi pustaka didapatkan beberapa teori pendukung untuk melakukan penelitian ini. Teori-teori tersebut berguna untuk memperdalam analisis penulis terhadap permasalahan penelitian. Penjelasan lebih lanjut tentang teori yang telah didapat ada pada bab II.

Pengumpulan data juga melalui observasi. Observasi yang telah dilakukan penulis merupakan bagian dari studi lapangan dengan mengunjungi langsung PT Sebumi Berbagi untuk mendapatkan data yang menunjukkan kurang minatnya pengunjung atau masyarakat dalam mengunjungi Taman Nasional Indonesia. Didukung dengan wawancara pada pihak terkait di PT Sebumi Berbagi yang mengatakan bahwa metode atau media promosi yang sudah digunakan ada baiknya ditingkatkan atau dikembangkan dengan menyesuaikan perkembangan teknologi masa kini yaitu teknologi VR. Observasi juga dilakukan pada *website* resmi Direktorat Jenderal Konservasi Sumber Daya dan Ekosistem, dimana penulis mendapatkan data jumlah kunjungan wisatawan ke Taman Nasional tahun 2013 sampai dengan 2015, sehingga memperkuat landasan penulis dalam menganalisis permasalahan yang ada.

#### **c. Analisis Masalah Dengan Metode Analisis SWOT**



Setelah melakukan pengumpulan data, metode analisis yang digunakan sebagai dasar untuk memperoleh pokok-pokok permasalahan yang lebih spesifik. Dalam menganalisis sebuah permasalahan di dalam perusahaan yang akan diselesaikan dengan perancangan sistem, biasanya akan dilakukan terhadap beberapa aspek antara lain:

- *Strengths*: Menganalisis kekuatan dari kegiatan promosi Taman Nasional menggunakan teknologi VR.
- *Weakness*: Menganalisis kelemahan dari kegiatan promosi Taman Nasional menggunakan teknologi VR.
- *Opportunities*: Menganalisis peluang dari kegiatan promosi Taman Nasional menggunakan teknologi VR.
- *Threats*: Menganalisis ancaman dari kegiatan promosi Taman Nasional menggunakan teknologi VR.

Tahapan metode *prototype* dalam kerangka penelitian dijelaskan sebagai berikut:

#### **d. Perencanaan atau Pengumpulan Kebutuhan**

Perencanaan dan pengumpulan kebutuhan pembuatan sistem ini melibatkan PT Sebumi Berbagi di dalamnya. Hasil dari tahapan ini didapatkan bahwa sistem yang diusulkan bisa dioperasikan oleh seluruh calon pelanggan PT Sebumi Berbagi dengan tujuan awal bersama yaitu untuk meningkatkan kunjungan ke Taman Nasional melalui PT Sebumi Berbagi..

#### **e. Perancangan *Prototype***

Pada tahap ini peneliti akan menggunakan pemodelan desain antar muka untuk menggambarkan aplikasi yang akan dibuat. Dengan perencanaan yang sudah dilakukan pada tahap sebelumnya, serta analisis kebutuhan fungsional dan non-fungsional, desain antar muka sistem akan diajukan sebagai model *prototype* dari sistem yang sebenarnya.

#### **f. Evaluasi *Prototype***

Setelah perancangan *prototype* selesai, tahap selanjutnya adalah tahap dimana *prototype* akan dievaluasi apa saja kelebihan dan kekurangannya. Apabila terjadi kekurangan maka akan kembali ke perancangan *prototype*. Namun jika sesuai dengan perencanaan awal, maka proses akan dilanjutkan pada tahap *coding* sistem atau pengkodean sistem yang sebenarnya.

**g. Coding Sistem**

Tahap ini melakukan pembuatan *Virtual Reality* menggunakan bahasa pemrograman HTML, a-frame dan penambahan audio dengan Google Translate.

**h. Testing Sistem**

*Testing* sistem merupakan rangkaian pengujian yang dilakukan terhadap keseluruhan sistem (secara lengkap) dan untuk mengevaluasi apakah sistem yang dibuat telah sesuai dengan kebutuhan pengguna.

**i. Evaluasi Sistem**

Sistem yang telah diuji kemudian dilakukan evaluasi. Evaluasi dilakukan setelah aplikasi diangkap telah memenuhi kebutuhan pengguna. Apabila belum sesuai, maka akan kembali pada tahap *coding* sistem. Namun, apabila telah sesuai, maka tahap uji coba pun selesai.

**j. Implementasi Sistem**

Pada tahap ini akan dilakukan implementasi dari seluruh tahapan rancang bangun sistem yang sudah di buat.

**1.8 Sistematika Penulisan**

Berikut sistematika penulisan yang disusun dalam Tugas Akhir ini:

**BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini dijelaskan mengenai hal-hal pokok yang mendasari permasalahan dalam penelitian dan urgensi dari topik penelitian yang dipilih. Bab ini terdiri dari subbab latar belakang penelitian, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian untuk akademis dan studi kasus terkait penelitian, batasan masalah, serta sistematika penulisan Tugas Akhir.

**BAB II LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini dijelaskan tentang tinjauan pustaka yang telah dilakukan terhadap beberapa penelitian sejenis dan beberapa referensi dari hasil penelitian yang relevan dengan topik Tugas Akhir yang disajikan. Referensi-referensi ini diperoleh dari berbagai macam sumber seperti *text book*, jurnal, dan lain-lain. Bab ini terdiri dari subbab tinjauan pustaka, dan landasan teori.

**BAB III METODOLOGI**

Bab metodologi berisi tentang cara dan prosedur untuk menjawab permasalahan penelitian dan sebagai pengantar untuk masuk ke bab selanjutnya yaitu mengenai hasil dan pembahasan. Bab ini terdiri dari subbab tempat dan waktu penelitian, kerangka pemikiran, metode pengumpulan data, serta metode analisis data.

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Secara umum bab ini menyajikan data hasil analisis dengan metode analisis data yang telah dipilih pada bab sebelumnya. Analisis dan interpretasi penulis dijabarkan untuk menjawab masalah penelitian. Pemaparan tentang sistem yang diusulkan akan dibahas secara cukup mendalam sehingga dapat dibaca oleh kalangan umum maupun profesional.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini mengemukakan secara singkat hasil penting yang diperoleh dari penelitian sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian. Subbab dari bab ini meliputi kesimpulan yang berfungsi sebagai jawaban terhadap masalah penelitian, serta saran yang merupakan sumbangan pemikiran penulis berupa rekomendasi yang diambil dari hasil analisis dan pembahasan serta kesimpulan. Saran juga berisi sumbangan pemikiran untuk mengembangkan penelitian lebih lanjut.